



JAN /
2025

ABISA
S U D E S T E 20
25

O PODER DE COMPRA DO
CONSUMIDOR PRATEADO

50+

ABISA 20
S U D E S T E 25

Por que é o momento do mercado prateado?



Marlety Gubel

Economia prateada

Porque valemos mais do que ouro!



Nascem poucas pessoas
e duramos muito mais,
portanto, nosso valor é
exponencialmente maior.



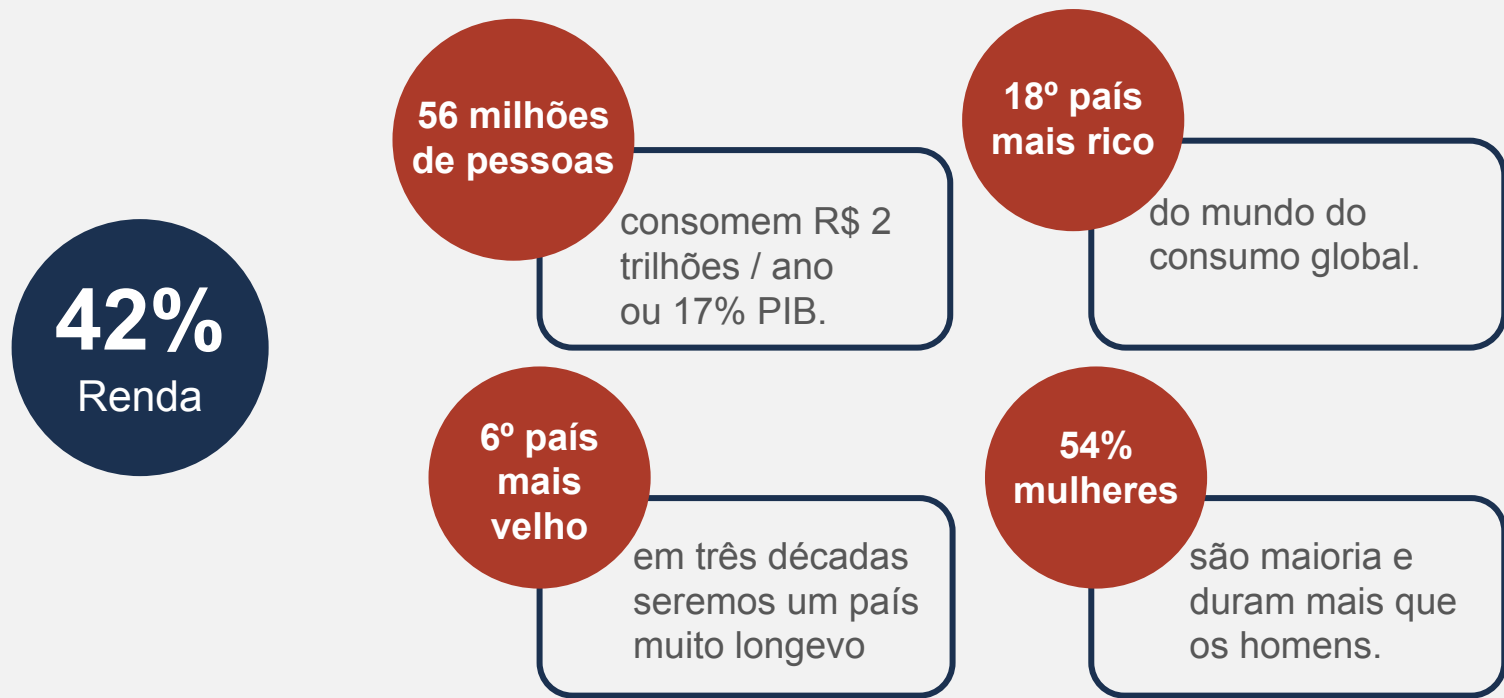
Valor da longevidade no consumo

passamos a viver de
50 anos para 100
anos.

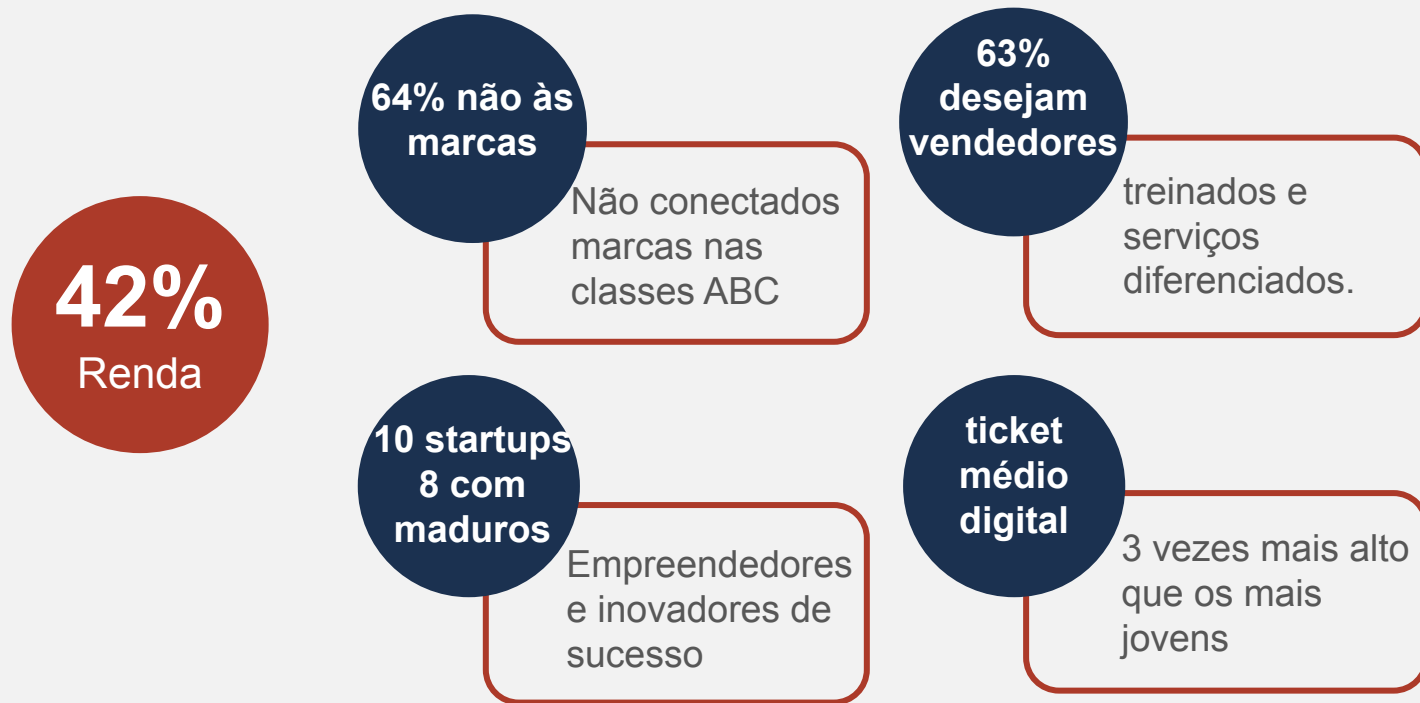


**38% da população
em até 10 anos**

Consumo Prateado - Brasil



Consumo Prateado - Brasil



Super Centenários no Brasil

Centenários saudáveis e grupo de super centenários - acima de 110 anos

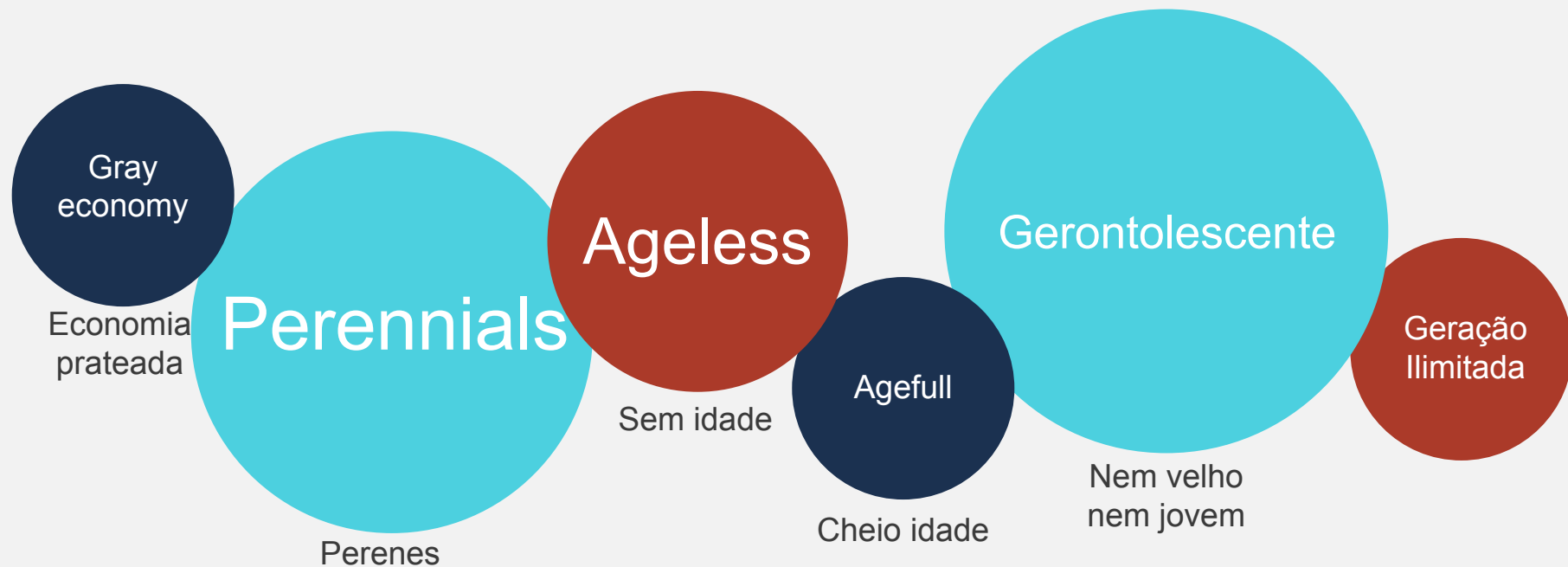
Genes que determinam a sua longevidade excepcional e contribui para envelhecer sem doença.

Atuam como mecanismos de reparo do DNA, a célula identifica e corrige danos .

Mais de **37 mil** indivíduos!.



Nova geração



Estilo de vida

É o público que mais compra e aluga imóveis

66%

Receberam
amigos em casa
no último mês

46%

Afirmam estar
viajando igual ou
mais que há 10 anos

33%

Fizeram mudanças
e reformas no
último ano

18%

Comecei a
guardar/investir
dinheiro para o futuro

Estilo de vida



A propaganda deixou de ser sobre projeção para trazer identificação e representatividade.

Estilo de vida

São mais hábeis para aderir aos **hábitos saudáveis e sustentáveis.**

Ampla **adoção tecnológica,** especialmente no uso de smartphone.

Fontes: Pesquisa McKinsey – 21 países - 2023



Diversidade

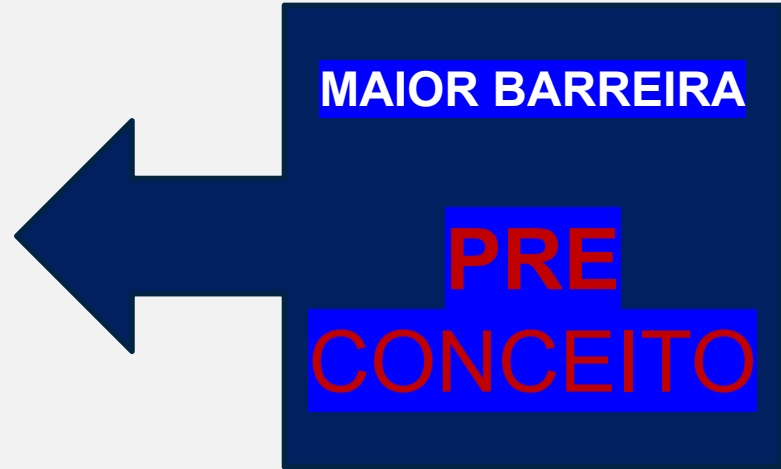
Crianças virando pequenos adultos e Maduros grandes adolescentes.



Diversidade

“A cultura da diversidade - que está atrelada ao respeito às diferenças – é formada por camadas tão complexas e fascinantes quanto o próprio ser humano.”

Gustavo Glasser
CEO Carambola



Mitos

Limitações X idade cronológica

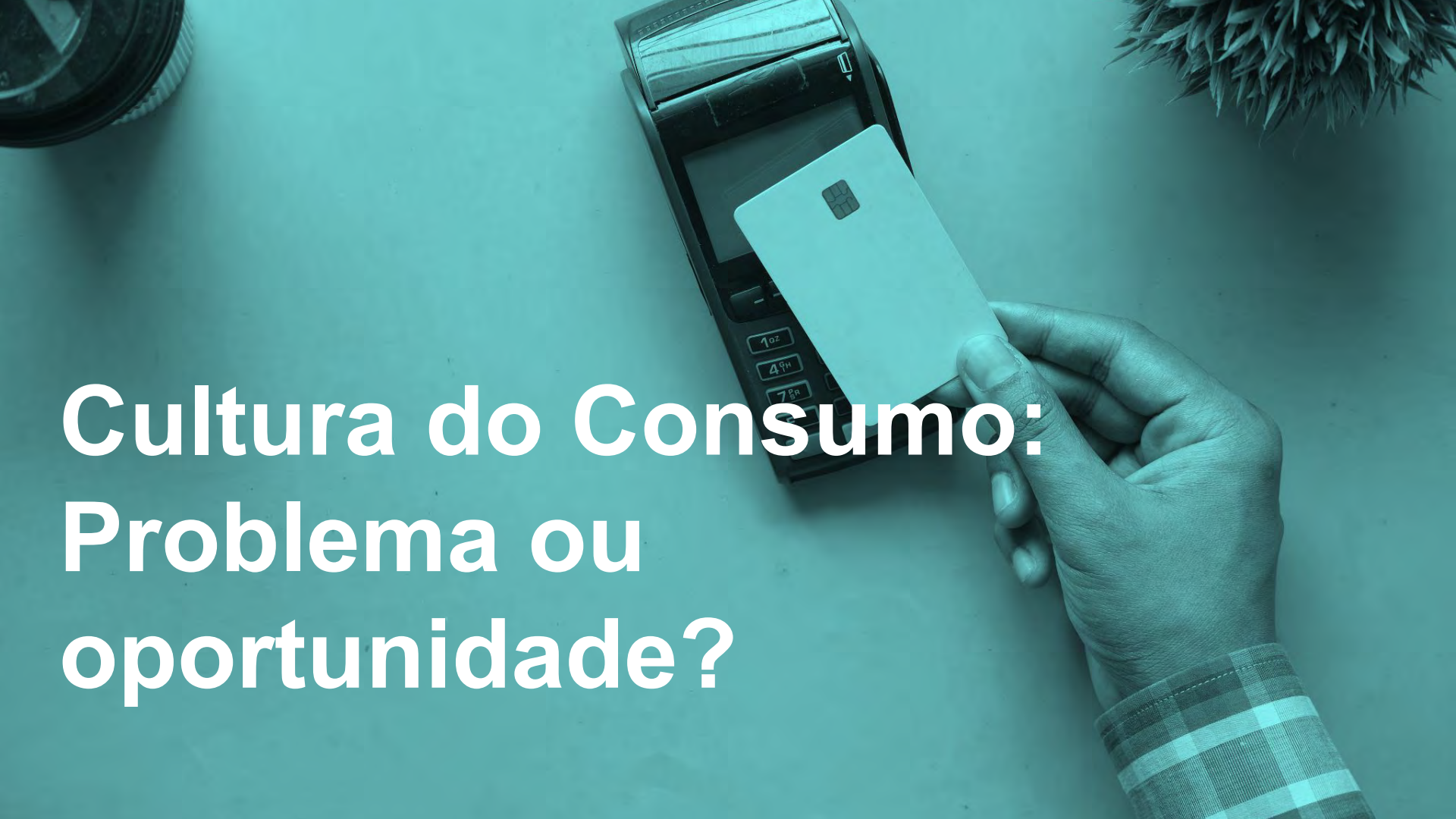
Cultura jovem X jovialidade

Talentos X aposentadoria

Marcas X estilo de vida

Fortalezas X fragilidades

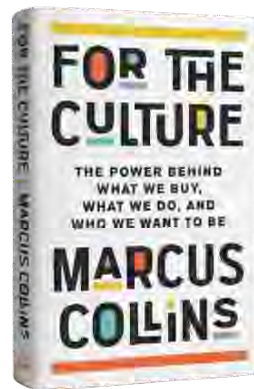


A hand holding a credit card over a payment terminal, with a coffee cup and a plant in the background.

Cultura do Consumo: Problema ou oportunidade?



“... uma exploração de por que a cultura é o veículo mais previsível para influenciar o comportamento em grande escala.”



TOTAL COMMERCE **50+** OFF **ON**
HUB DE NEGÓCIOS & SOLUÇÕES



Brasil 50+ atual

Perfil imenso

DIVERSIDADE

FUNCIONAL

56

Milhões de
pessoas

Com no mínimo 1
tipo de limitação

LONGEVIDADE

FORÇA

PRATA 50+

Consomem

R\$ 2

Trilhões ao
ano

EQUIDADE

INOVAÇÃO

87%

Ser
ouvidos

Estratégia

TOTAL COMMERCE

nova dimensão comercial para
entender e atender o alto valor da
longevidade das pessoas.

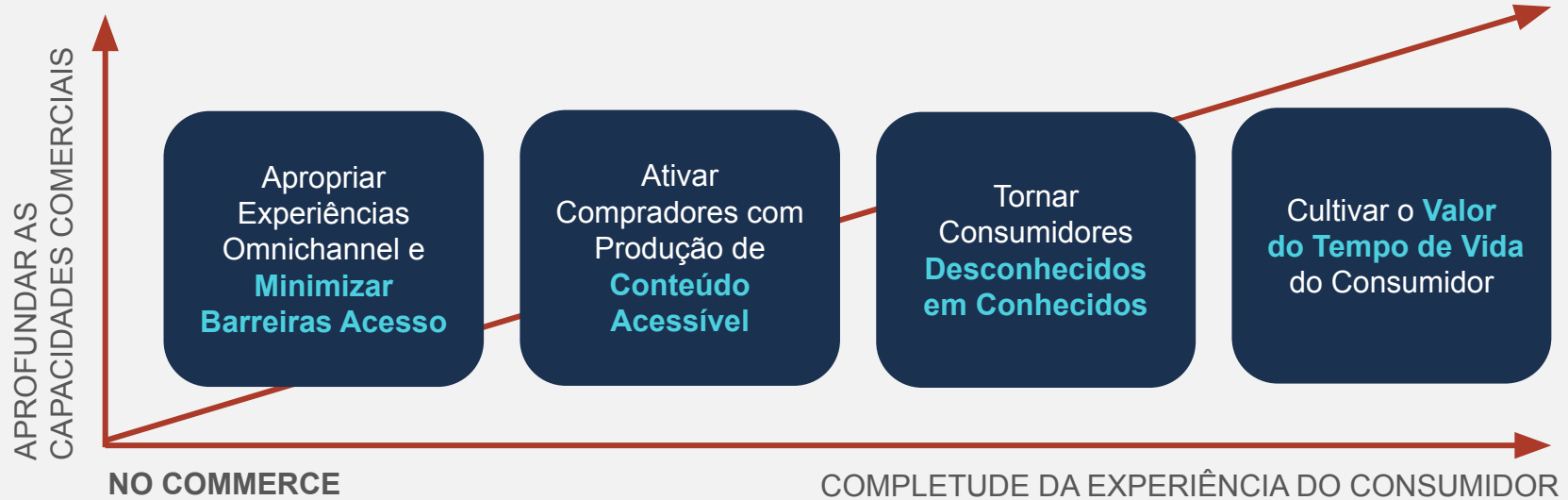
INSPIRAÇÃO

e estrutura para estabelecer uma
nova maturidade no comércio.

A CHAVE

O sucesso neste mundo hiperconectado,
diversificado, cross-geracional e inovador.

SOPHYGITAL



Social: redes sociais, influencer, presenciais, whatsapp, entreten / Físico: lojas, kiosques, eventos / Digital: loja, marketplace,

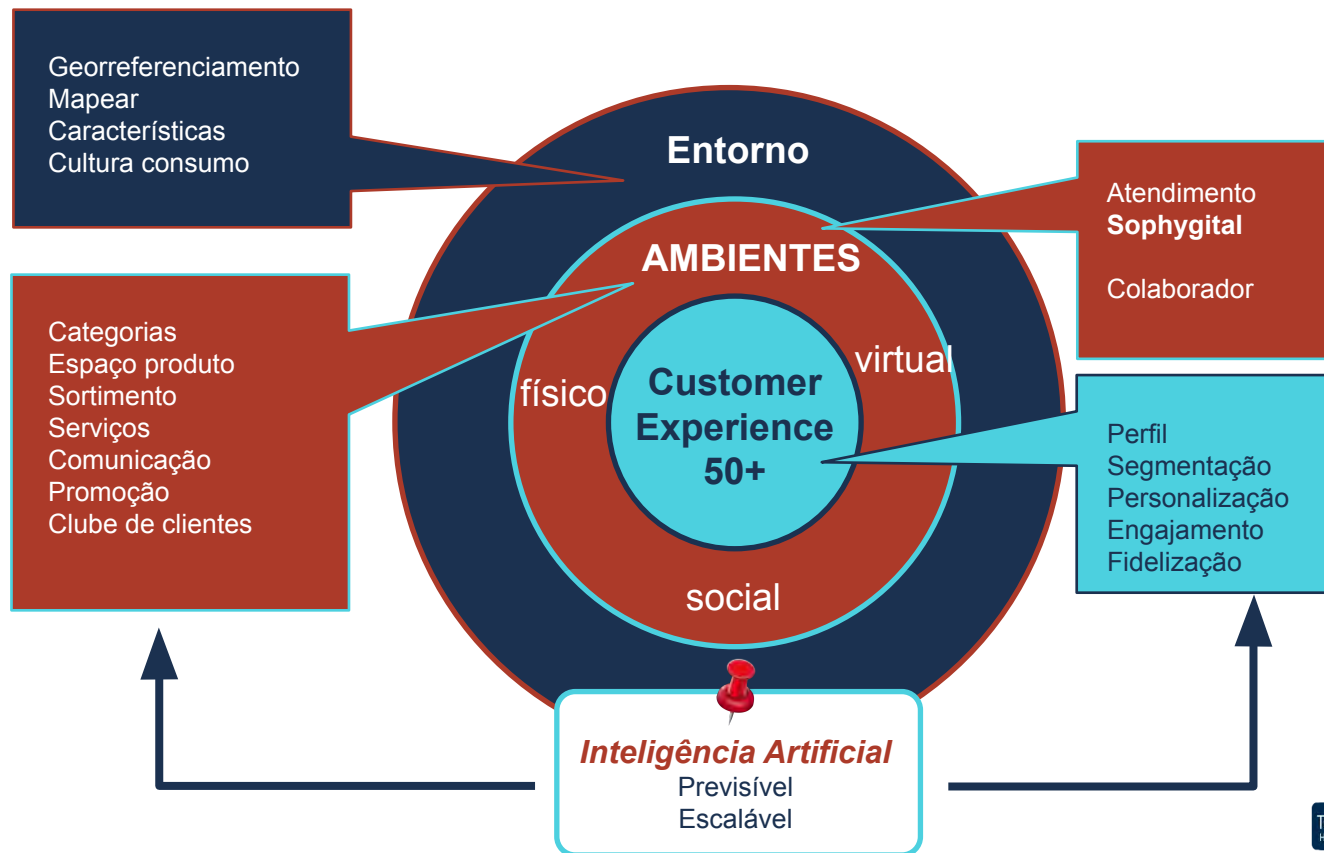




Maior tração Varejo

Maior tração

Varejo



A woman with long dark hair, smiling, is walking on a runway. She is wearing a black, sleeveless, sequined dress with a V-neckline and a matching necklace. The background is a dimly lit room with large windows and a chandelier. The text "Miss Buenos Aires 60 anos" is overlaid on the image.

Miss Buenos Aires 60 anos



[Clique para assistir](#)

Trilhas de inovação



Atendimento contemporâneo

*Nano comunidade **sophygital***

Sustentável

Technológico

Bem-estar & Natural

Dicas

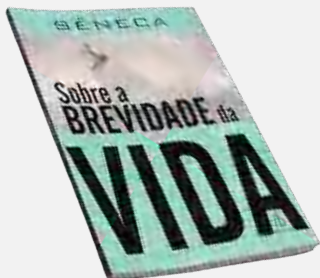


Novas gerações, longevas e dominantes

Talento é vida e não tem idade

*Desenho Universal
(produtos e PDVs)*

Cultura do consumo, marca!



“Não é que tenhamos pouco tempo de vida, mas desperdiçamos muito dela.

A vida é longa o suficiente
e uma quantia bastante generosa nos foi
dada para maiores realizações....”

Fonte: Sobre a brevidade da vida (Sêneca)



Muito obrigada!

Site Total Commerce



totalcommerce50.com.br

Linkedin



[Linkedin/MarletyGubel](#)

Instagram



[Instagram/MarletyGubel](#)